



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Barletta, M., (2007). *Membedik target perempuan raih penjualan*. Jakarta: Penerbit PPM.
- Emzir. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif: Analisis data*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Evamy, M. (2012). *Logotype*. London: Laurence King Publishing Ltd.
- Graver A., Jura B. (2012). *Grid and page layouts: An essential guide for understanding and applying page design principles*. Massachusetts: Rockport Publishers, Inc.
- Hurlock, E.B. (2003). *Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan* . Jakarta: Erlangga.
- Kasali, R. (2007). *Membedik pasar Indonesia: Segmentasi, targeting, positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, K. L. (2012). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. England: Pearson Education Inc.
- Krause, J. (2012). *The logo brainstorm book*. Massachusetts: Adams Media.
- Landa, R. (2011). *Graphic design solutions fourth edition*. Boston: Wadsworth
- Male, A. (2007). *Illustration: A theoretical & contextual perspective*. Switzerland: AVA Publishing

Morioka, A. (2004). *Logo design workbook: A hands-on guide to creating logos*.

Massachusetts: Rockport Publishers, Inc.

Morioka, A. & Stone, T. (2008). *Color design workbook: A real world guide to using color in graphic design*. Massachusetts: Rockport Publishers, Inc.

Noel, H. (2009). *Basic marketing 01: Consumer behaviour*. United Kingdom: AVA Publishing

Rangkuti, F. (2008). *The power brands: Teknik mengelola brand equity dan strategi pengembangan merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Riduwan. (2005). *Rumus dan data dalam aplikasi statistik*. Bandung: Alfabeta.

Rustan, S. (2009). *Mendesain logo*. Jakarta: Gramedia.

Samara, T. (2003). *Making and breaking the grid*. Massachusetts: Rockport Publishers, Inc.

Samara, T. (2007). *Design element, a graphic style manual*. Massachusetts: Rockport Publishers, Inc.

Sugiono. (2011). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Whitbread, D. (2009). *The design manual*. Sydney: UNSW Press Book.

Wheeler, A. (2009). *Designing brand identity third edition*. New Jersey: John Willey & Sons, Inc.

Wheeler, A. (2018). *Designing brand identity fifth edition*. New Jersey: John Willey & Sons, Inc.

Yuswohady. (2012). *Consumer 3000: Revolusi konsumen kelas menengah Indonesia*. Jakarta: Gramedia.

Jurnal

Babu, V. (2006). *Issues in brand rejuvenation strategies*. Diunduh dari http://expectad.com/white_paper/Brand_Rejuvenation_Expect_Advertising_Inc.pdf

Kolbl, Z., Kolar, T., & Ruzzler, M. K. (2015). Brand revitalization: Don't let your brands turn into sleepyheads. *Central European Business Review*, 4. Diunduh dari <https://cebr.vse.cz/pdfs/cbr/2015/02/02.pdf>

Paramita, A. & Kristiana, L. (2013). Teknik focus group discussion dalam penelitian kualitatif. *Central European Business Review*, 4. Diunduh dari <https://cebr.vse.cz/pdfs/cbr/2015/02/02.pdf>

Suprayitno. (2017). Gestalt principles applied on visual identity in Bogor. Diunduh dari <http://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/3892/3143>

Tevi, A. (2013). Understanding corporate rebranding: An evolution theory perspective. *International Journal of Marketing Studing*, 5(3). 87-92. doi: <http://dx.doi.org/10.5539/ijms.v5n3p87>

Internet

Bitebrands. (2011). Logo frisian flag yang baru: Hari esok yang lebih baik. Diunduh dari <https://www.bitebrands.co/2011/01/frisian-flag-studi-kasus-rebranding.html>

Candra, A. (2010). Frisian flag luncurkan logo baru. Diunduh dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2010/12/10/14275979/frisian.flag.luncuran.logo.baru>

Sari, S. M., Mudassir, R., & Rini, A. S. (2018). Ikan mackerel kalengan: Memulihkan persepsi konsumen. Diunduh dari <https://surabaya.bisnis.com/read/20180416/244/784503/ikan-mackerel-kalengan-memulihkan-persepsi-konsumen>

Sentyanti, C. A. (2018). 5 alasan orang Indonesia suka makan ikan kaleng. *CNN Indonesia*. Diunduh dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180329092757-262-286725/5-alasan-orang-indonesia-suka-makan-ikan-kaleng>

Top Brand Awards. (2018). Top brand index 2018 fase 2. Diunduh dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2018_fase_2